■热线:(010)87622068





微信公众号:传媒瞭望

05

■本期关注:"村BA"



"村BA"火"出圈":

乡土文化活力背后的媒体力量

□本报记者 张博

数万名观众挥舞手机电筒闪耀全场,就像万颗星辰点亮了夜空。这并不是巨星演唱会,而是"村口的篮球联赛"决赛现场。3月27日,贵州省首届"美丽乡村"篮球联赛总决赛落下帷幕。3天时间,4场比赛,吸引了10万人到场,全网关注量近10亿人次。其中,仅快手平台就有近1亿的观看人次,媒体争相报道,多个"村BA"话题更是持续霸榜。

全媒体报道呈现美丽乡村新貌

对于一有比赛村里就万人空巷、频频冲上热搜、再次火遍全网的"村BA",《人民日报》刊发《座无虚席!"村BA"总决赛来了》《贵州省首届"美丽乡村"篮球联赛总决赛和中职篮全明星赛正赛同晚打响 业余赛事职业赛事隔空辉映(竞技观察)》等多篇文章,讲述在"村BA"燃爆的热情里乡村振兴的精神力量。

"在比赛现场,不少台盘村年轻人拿起手机,通过直播向外界展示篮球的魅力。3月25日一大早,球赛讲解员王再贵就开始了直播,营造氛围、派发礼品、解说球赛……让不能到现场观看球赛的网友也能过把瘾。"新华社播发《"村口的篮球联赛"火爆"出圈"后……》《燃爆空气。"村BA"雨中酣战》等稿件,在呈现"村BA"大爆盛况的现场细节同时,讲述从"村内的篮球联赛"感受到的乡村"新"力量。

由附近乡镇务工或务农的村 民组成的运动员, 甚至连专业装 备都没有的球赛为何火爆全网? 央广网刊发《总决赛引全网关 "村BA"为什么这么 火?》、澎湃新闻发文《村BA, 凭什么火遍全网》、大江网时评 《全网关注量达5亿人次,"村 BA"为什么能火》、红网发文 《"村BA"何以火爆全 网》……众多媒体在设问中为受 众一一分析着"村BA""出圈" 的原因。而极目新闻、Hi贵州 等媒体则聚焦村域特色的"烟火 气",如在推出的短视频中表 示,鸭子、鲟鱼、香米、绣片, "村BA"奖品太接地气了,"贵 州步"、蹦"苗迪"更具地方特

色,太让人津津乐道了。 除了在赛场上挥汗如雨的 运动员们,"村BA"的现场解 说也是一大亮点。作为现场解 说员,王再贵的方言解说风格 不仅接地气,而且十分形象, "UFO""小跑车"等解说词也 成为网友热议的梗……天眼新闻则在《"村BA"后劲十足!走进快手直播间听"关键先生"们讲述"村BA"背后的故事》一文中,与广大读者分享"村BA"台前幕后"关键先生"们的故事,感受"村BA"的十足后劲。

火热的氛围, 向上的奋 进,不仅让各路媒体竞相关 注、蜂拥而至,也让更多人了 解了这个名不见经传的小山村。 而在媒体争相报道的背后, 我们 也能看到1+1>2的矩阵传播, 以及在火爆"出圈"背后更多的 媒体力量。红星新闻在《贵州 "村BA"火爆"出圈"的密码: 带着热爱去做,效果才会不同》 一文中就提到,中国VBA(即 "村BA")品牌传播是由台江县 融媒体中心控股的贵州金丝传媒 有限责任公司负责运营的,为广 大媒体呈现深挖本地资源优秀做 法的同时, 讲述出媒体的担当与

■观点

媒体要从"村BA" 火"出圈"学习什么

□郭仝廿

县级融媒要善用互联网

县级融媒体中心善用互联网规律,助力"村BA"快速"出圈"。

台盘村在吃新节举办篮球赛 已有几十年的传统,比赛场地设在 村口球场,比赛由村民组织,参赛 者以村民为主,之前虽在当地小有 名气,但对外则是默默无

闻,而借助互联网传播,"村BA"于



圈",其背后则 是良好的基础条 件和善用互联网传播规

律的县级融媒体中心 第一,"村BA"具备"出 圈"的基本条件。一是"村BA" 具有强大的IP属性。"村BA"虽 然是村级别的,但是与NBA、 CBA一样都有"BA"的后缀,由 于喜爱篮球运动和观看篮球职业 联赛的球迷规模巨大, 这些人都 可能对"村BA"有兴趣进而成为 其粉丝。二是"村BA"虽然水平 有限,但其精神内核不输 CBA等 篮球职业联赛。"村BA"既采用 全球通行的篮球比赛规则和赛 制, 又蕴含骁勇善战、坚韧不拔 的精神特质与篮球内核, 不仅村 民球员球技娴熟、竞争激烈, 且 球场内外球迷热情似火、欢呼喝 彩声震耳欲聋,都让网友有CBA 的感觉。三是"村BA"的组织 有力。为扩大赛事影响力和提升 观赛体验, 台盘村及时启动了 "村BA"球场改扩建项目,新增 许多设施, 观众座席也增加到两

第三,"村BA"火爆的背后是 心。任何知名IP的打造,背后一 定都有市场化能力强大的企业或 机构,"村BA"自然也不例外。据 了解,"村BA"品牌传播是由台江 县融媒体中心控股的贵州金丝传 媒有限责任公司负责的,实践充分 证明,该县级融媒体中心旗下公司 具有较强的市场化能力,具体体现 为策划能力、传播能力和执行能力 等,而这也是有效挖掘本地优秀 内容的必备能力。实践证明,很 多具备"出圈"潜力的事件、景 点等并没有成功地利用互联网传 播而爆红,根本原因是缺乏懂市 场、善策划、长运营、强执行的 运作团队或机构。

打造市场化综合服务能力

无论是内容还是品牌,要形成强大的IP,必须具备强大的IP,必须具备强大地级策划能力、组织能力和落限力,即强劲的市场化综体中的是县级从目前发达、加与否的关键。从目游发达、此时,东部沿海地区经济发达、政策、市场化服务能力取得了是其中的市场化服务能域体中心是中的典范之一。

第二, 瑞安市融媒体中心以 综合服务能力为基础,深度挖掘 本地优质资源,利用互联网规律 打造优质 IP。2021年, 在瑞安市 融媒体中心承接运营之前, 瑞安 市忠义街只是一条乏善可陈的老 街, 且已更换两家运营商。后在 地方政府部门的点名要求下, 团 队临危受命, 经过半年的业态更 新、活动策划,2021年9月30日 忠义街重新开街,一炮而红,人 流爆棚, 以至不得不进行人流量 管控。一年多来, 街区已入驻商 家200余家,具备文化展示、文 化消费、文化体验多种业态,举 办了温州文博会瑞安分会场,以 及当地元宵灯会、中秋夜市等百 多场活动, 获浙江省高品质步行 街、浙江省文化创意街区等荣 誉。每周末举行3天的"玉海市 集"成为浙南又一古城知名文创 品牌。

因此,市场化的综合服务能力是县级融媒体中心成功的关键,无论是台江县融媒体中心策等的"村BA",还是瑞安市 计最级体中心运营的忠义街,最值得借鉴的地方便是两家融媒体中心所具有的市场化综合服务能力。

(作者系中央民族大学新闻与 传播学院教授、江苏紫金传媒智 库高级研究员)

多渠道传播助推文化"破圈""出海"

接地气的全民喜乐,全媒体的争相报道,多渠道的广泛传播,不仅让"村BA"在国内火爆全网,也让海外友人好奇满满。《中国日报》就以整版配图刊发《A league of its own(贵州台盘:打响属于乡村篮球赛事)》,向全世界人民讲述动人的中国故事。

同时,对于声量丝毫不逊色 3个月前世界杯的"村BA",新 加坡《联合早报》刊登文章《中 国"村BA"在国内媲美美国NBA》《"村BA"火爆凸显中国乡村活力》,在展现从民间自下而上、自发形成的"村BA"赛场上"接地气"的火爆场面同时,讲述出人们对篮球最真挚、最炽热的爱,以及感受到的中国乡村活力。

美国全国广播公司、美国哥伦比亚广播公司、雅虎财经等海外媒体也纷纷播发一篇题为《在中国贵州,乡村篮球赛"点燃"

人们的生活热情》的文章,通过 仿佛身临其境的情景描述和人物 故事,向读者展示中国贵州乡村 别样的文化魅力,并表示,"村 BA"呈现的民众文化热情既是 脱贫后群众追求精神文化生活的 真实写照,又是民族地区乡村文 化振兴的生动诠释。

"村BA"的成功,生动诠释 了恢复乡村活力、实现乡村振 兴的更广阔空间。乡土文化本 身具备独特魅力和群众基础, 国,实现文化"破圈""出海"



3月25日,"村BA"比赛开始前,现场已经座无虚席